

УДК 339.13

**ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ПАТ «ПРИВАТБАНК»**

Студ. Тимошенко Л.В.

Наук. керівник к.е.н., доц. Басій Н.Ф.

Львівський торговельно-економічний університет

Особливості маркетингу в банківській сфері обумовлені, передусім, специфікою банківської продукції. Під терміном «банківська продукція» мають на увазі будь-яку послугу або операцію, здійснену банком. Метою політики керівництва банку й діяльності всіх його служб є залучення клієнтури, розширення сфери збуту своїх послуг, завоювання ринку, зростання прибутку. Звідси величезне значення маркетингової роботи банку, зміст та цілі якої істотно змінюються останнім часом під впливом конкуренції, що різко підсилюється на фінансових ринках і модифікації відносин між банками та їх клієнтурою.

Послуги, на відміну від інших товарів, виробляються і споживаються в основному одночасно, внаслідок чого формуються головні особливості послуг як спеціального виду товару, а саме: невідчутність, невіддільність виробництва і споживання, нездатність до зберігання й висока ступінь невизначеності або мінливості.

Для визначення рівня задоволення клієнтів асортименту банківських послуг і його оптимізування, що надає ПАТ «ПриватБанк», було проведено опитування, у якому взяли участь 130 респондентів. Головним інструментом проведеного опитування виступила анкета, що складається з 21-го запитань. Учасники опитування були особи чоловічої статі (50%) і жіночої статі (50%).

За результатами опитування можна зробити висновки, що ПАТ «ПриватБанк» є досить популярним банком в Україні, значна частка опитаних користуються саме його послугами – 97%, і лише 3% не користуються. Найчастіше респонденти користуються послугами платіжних карток (22%), платежами та переказами (20%), «сервіси до Вашої картки» (11%) і депозитами (10%). Менш використовуваними є послуги замовлення квитків (9%), кредити (8%), послуги для студентів (7%) і віддалений банкінг (6%). З усіх опитуваних, лише 4% користуються послугами для батьків, 2% користуються орендою сейфів і лише 1% VIP обслуговуванням.

Аналізуючи результати опитування виявлено, що такі послуги як "приватфонд", послуги для нерезидентів, моряків та фрілансерів не користуються популярністю серед респондентів. Також, банк має різноманітний вибір послуг як традиційних, так і нетрадиційних. Навіть якщо нетрадиційні послуги є новинкою в банківській сфері, клієнти досить таки добре відреагували на їх пропозицію. Проведений аналіз показує, що більша частина респондентів вважає позитивним використання таких послуг (94%). Лише 4% відповіли, що негативно ставляться до таких послуг, оскільки це додаткова оплата за них. Враховуючи ці дані, ми можемо з впевненістю стверджувати, що нетрадиційні послуги є великою перевагою у розвитку банківської сфери. Вибірка респондентів формувалась переважно з фізичних осіб, а не представників бізнесу.

Підсумовуючи результати опитування слід зазначити, що дослідження попиту на банківські послуги мало сигнальний характер. Для більш детального аналізу необхідно здійснити низку інших досліджень, які дадуть змогу виявити реальний стан попиту на традиційні та нетрадиційні банківські послуги ПАТ "ПриватБанк".